

**Abuddzar Muhammad Iqbal, NIM : E. 0002049. TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN NIAGA DI RADIO PTPN FM SOLO. Penulisan Hukum (Skripsi), Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2007.**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini bisnis media di Indonesia semakin pesat. Hal ini karena semakin banyak peluang usaha yang diciptakan. Selain itu orang Indonesia semakin sadar bahwa media merupakan faktor yang sangat penting apabila seseorang ingin usaha yang dimilikinya maju. Dengan media massa, sebuah perusahaan bisa beriklan menawarkan produknya.

Beberapa media massa yang saat ini ada yaitu: televisi, radio siaran, surat kabar dan internet. Radio siaran merupakan komponen media komunikasi massa yang memiliki peran dan hubungan timbal balik dengan bangsa Indonesia. Dalam perkembangannya radio siaran tidak hanya harus memenuhi dan menciptakan selera publik tapi juga punya peran di dalam membentuk opini serta kontrol sosial, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang No 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran Pasal 4 ayat (1) yang berbunyi: *“Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial”*.

Dengan banyaknya fungsi dari radio tersebut, maka sudah seharusnya radio dapat bersaing dengan media massa lain untuk memperoleh posisi yang kuat di masyarakat. Diawali oleh nuansa amatiran dilanjutkan dengan kuatnya posisi radio siaran sebagai sarana hiburan akhirnya berkembang memainkan peran cukup signifikan sebagai media massa. Bila sebelumnya radio siaran

bertumpu pada fungsi tunggal yaitu hiburan, kini mulai mengkristal sekaligus paling sedikit mempunyai lima kepentingan industri yaitu : hiburan, informasi & penerangan, pendidikan, jurnalistik dan komersil. Era industri radio ini dikenal sebagai : Paradigma Baru Radio Siaran (Amnast Nasution.2003. Potret Perkembangan & Potensi Iklan Radio Di Sumatera Utara, <http://www.ppi.co.id> (diakses tanggal 2 April 2007)).

Konsekuensi dari perkembangan tersebut menuntut radio siaran mengembangkan dan meningkatkan kinerja secara profesional untuk disesuaikan dengan dinamika publik yang dilayani dalam sajian hiburan, pendidikan, terutama informasi. Berbagai kendala dan hambatan tidak dapat membendung tumbuh dan berkembangannya radio siaran itu sendiri. Walaupun pertumbuhan dan perkembangan Radio Siaran Swasta (RSS) di Indonesia tidak terlepas dari berbagai aspek antara lain: historis, politik, hukum, sosial, ekonomi, budaya, teknologi , fungsi, dan peran.

Secara historis RSS telah melalui rangkaian perjalanan panjang penuh dinamika yang terlepas dari bagian sejarah perjalanan politik bangsa sejak tumbangnya orde lama. Pada awal kelahirannya, radio siaran swasta merupakan intensitas komunikasi bagi perjuangan mahasiswa dan pelajar ketika turut berperan menumbangkan rezim orde lama. Pada masa itu radio siaran masih disebut dan berstatus amatir bertebaran dalam bentuk komunitas kampus (Amnast Nasution.2003. Potret Perkembangan & Potensi Iklan Radio Di Sumatera Utara, <http://www.ppi.co.id> (diakses tanggal 19 April 2007)).

Sepanjang pemerintahan orde baru, memang kehidupan RSS berkembang akan tetapi penuh dengan keresahan dan tidak pernah mendapatkan perlindungan hukum karena ketika itu undang-undang tentang penyiaran belum ada. RSS terus diawasi dengan dalih "Pembinaan". Ketika orde baru harus tumbang dirobohkan arus reformasi, maka radio siaran juga tampil memainkan peranan sebagai komunikator masyarakat.

Dari masa ke masa, peranan radio selalu penting. Di kota Solo sendiri saat ini sudah terdapat kurang lebih 30 stasiun radio antara lain PTPN FM, RIA FM, Jaya Pemuda Indonesia (JPI) FM, Kita FM, Solopos FM, Solo Radio FM, Prambors FM, Manajemen Qolbu (MQ) FM, dan lain sebagainya. Berbagai media elektronik, ternyata tidak menenggelamkan radio sebagai salah satu media pilihan konsumen. Hampir semua kalangan mempunyai radio di rumahnya. Munculnya banyak stasiun televisi lokal maupun nasional ternyata juga belum mampu menggeser peran radio sampai saat ini karena sebagai media massa, radio siaran mempunyai karakteristik yang tidak dipunyai oleh media lain yaitu (Amnast Nasution. 2003. Potret Perkembangan & Potensi Iklan Radio Di Sumatera Utara, <http://www.ppi.co.id>. Diakses tanggal 19 April 2007):

1. Media siaran yang sangat fleksibel, murah dan tidak terbatas pada gerak, ruang serta waktu
2. Memiliki kecepatan dan ketepatan dalam mencapai khalayak.
3. Kemampuan yang tinggi dalam menghimpun dan membentuk opini massa.
4. Tidak dapat dihempas dengan peniadaan material.
5. Dapat dengan cepat menyesuaikan format siaran menurut kondisi serta situasi.
6. Pendengar radio mencakup wilayah sangat luas dengan jumlah khalayak melampaui media manapun.

Sementara itu fungsi dari radio siaran adalah :

1. Memenuhi rasa ingin tahu (*sense of curiosity*) publik
2. Mengembangkan intelektual sosial dengan menawarkan gagasan kemajuan ( *the idea of the progress*)
3. Mengembangkan interaksi sosial
4. Mencegah terbentuknya masyarakat diam dan skeptis (*society of sadentaries*)

Fungsi lain dari radio adalah media untuk para produsen memasarkan produknya melalui iklan. Menurut Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran Pasal 1 ayat (6), *“Siaran iklan niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan”*.

Seperti media massa yang lain, radio juga hidup dan berkembang melalui iklan. Hal ini juga sudah diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang No.32 Tentang Penyiaran yang berbunyi: *“Sumber pembiayaan Lembaga Penyiaran Swasta diperoleh dari:*

1. *siaran iklan; dan/atau*
2. *usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran”*.

Iklan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada calon pembeli yang paling potensial atas produk berupa barang dan jasa tertentu dengan biaya tertentu. Pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan. Komponen lainnya dari promosi termasuk publisitas, relasi publik, penjualan, dan promosi penjualan ([http: //www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org). diakses tanggal 19 April 2007).

Periklanan merupakan salah satu bentuk khusus komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran, maka apa yang harus dilakukan dalam kegiatan periklanan tentu saja harus lebih dari sekedar memberikan informasi kepada khalayak.

Salah satu media untuk beriklan adalah radio. Tanpa iklan, radio tidak akan bisa bertahan. Namun tanpa media radio, produsen juga tidak bisa memasarkan produknya lebih optimal, karena kelebihan lain dari radio adalah bisa menjangkau konsumen di daerah tertentu termasuk pedalaman. Iklan

diperoleh dari pengguna jasa periklanan seperti: biro iklan, produsen, distributor serta perusahaan dan pelaku usaha yang memerlukan jasa promosi.

Salah satu radio swasta niaga di Solo yang sudah cukup lama berdiri dan masih bertahan sampai sekarang adalah radio PTPN FM. Radio PTPN FM mempunyai segmentasi menengah ke atas. Dengan berbagai macam acara yang ada, radio PTPN FM memiliki berbagai macam pendengar, mulai dari anak-anak, remaja dan dewasa. Dengan memilih tipe program dan segmen radio yang sesuai, pengiklan di radio PTPN FM bisa memilih untuk mengekspos merk produknya ke tipe pendengar yang dikehendaki, baik itu dari segi usia, etnik maupun gaya hidup tertentu.

Seperti dalam hal jual beli, pemasangan iklan di radio juga membutuhkan adanya perjanjian. Karena dengan perjanjian, masing-masing pihak akan mengetahui hak dan kewajibannya. Dalam perjanjian iklan di radio, tentu terdapat hak dan kewajiban yang harus di taati bersama antara pengguna jasa iklan dengan pihak radio. Hal ini dimaksudkan agar semuanya dapat berlangsung dan berhasil optimal.

Bertitik tolak dari hal-hal tersebut di atas, maka penulis ingin mengkaji lebih mendalam tentang perjanjian pemasangan iklan di radio khususnya di radio PTPN FM. Pemilihan radio PTPN FM sebagai tempat penelitian adalah untuk mengetahui hubungan hukum yang terjadi antara pihak pemasang iklan dengan pihak radio PTPN FM, berkaitan dengan segmentasi pasar yang dipilih oleh radio PTPN FM yang beragam. Oleh karena itu, untuk selanjutnya penulis ingin menuangkan penelitian tersebut dalam suatu karya ilmiah dalam hal ini berbentuk skripsi dengan judul **“TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN NIAGA DI RADIO PTPN FM SOLO”**

## **B. Perumusan Masalah**

Dalam suatu penelitian ilmiah hal penting yang pertama kali harus dilakukan adalah merumuskan masalah, hal ini dikarenakan perumusan masalah menjadi suatu acuan mengenai hal atau objek apa yang akan diteliti untuk ditemukan jawabannya. Pada hakikatnya seorang peneliti sebelum menentukan judul dalam suatu penelitian harus terlebih dahulu menentukan rumusan masalah, dimana masalah pada dasarnya adalah suatu proses yang mengalami halangan dalam mencapai tujuan, maka harus dipecahkan untuk mencapai tujuan suatu penelitian (Soerjono Soekanto, 2006 : 109).

Dalam penelitian ini, penulis merumuskan beberapa masalah yang menjadi pembahasan dalam penulisan ini. Adapun perumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana prosedur pembuatan perjanjian iklan niaga di radio PTPN FM?
2. Apa hak dan kewajiban para pihak yang timbul dalam perjanjian pemasangan iklan niaga di radio PTPN FM.
3. Bagaimana pelaksanaan hak dan kewajiban dalam perjanjian pemasangan iklan niaga di radio PTPN FM.
4. Permasalahan apa yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan niaga di radio PTPN FM dan bagaimana penyelesaiannya ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dinyatakan sebelumnya, maka untuk mengarahkan suatu penelitian maka diperlukan adanya tujuan dari suatu penelitian. Tujuan penelitian dikemukakan secara deklaratif, dan merupakan pernyataan-pernyataan yang hendak dicapai dalam penelitian

tersebut (Soerjono Soekanto, 2006: 118-119). Tujuan yang dikenal dalam suatu penelitian ada dua macam yaitu. tujuan obyektif dan tujuan subyektif, dimana tujuan obyektif merupakan tujuan yang berasal dari tujuan penelitian itu sendiri, sedangkan tujuan subyektif berasal dari peneliti, maka dari itu dalam penelitian ini tujuan obyektif dan subyektif adalah :

1. Tujuan Objektif

- a. Untuk mengetahui prosedur pembuatan perjanjian iklan di radio PTPN Solo.
- b. Untuk mengetahui hak dan kewajiban antara pemasang iklan, biro iklan dan radio PTPN.
- c. Untuk mengetahui pelaksanaan hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian pemasangan iklan niaga di radio PTPN FM.
- b. Untuk mengetahui permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan niaga di radio PTPN beserta penyelesaiannya.

2. Tujuan Subyektif

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti di bidang ilmu hukum baik teori maupun praktek dalam hal ini lingkup Hukum Perdata, khususnya Hukum Perjanjian.
- b. Untuk melengkapi syarat akademis guna memperoleh gelar Sarjana dibidang ilmu Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- c. Menerapkan ilmu dan teori-teori hukum yang telah penulis peroleh agar dapat memberi manfaat bagi penulis sendiri khususnya, dan masyarakat pada umumnya.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Salah satu aspek penting dari manfaat penelitian adalah menyangkut manfaat hasil pemeliharaan tersebut, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat dari bangku kuliah khususnya hukum perjanjian dan membandingkannya dengan praktek lapangan.
- b. Dapat berguna untuk memberikan dasar-dasar serta landasan untuk penelitian lebih lanjut.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Menjadi wahana bagi penulis untuk mengembangkan penalaran dan membentuk pola pikir kritis sekaligus untuk mengetahui kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh
- b. Untuk memberikan sedikit sumbangan pemikiran kepada radio PTPN FM Solo, pengusaha, pemasang iklan di radio dan pembaca dalam hal memecahkan masalah-masalah yang menyangkut perjanjian iklan, khususnya perjanjian iklan di radio.

### **E. Metode Penelitian**

Suatu penelitian dituntut menggunakan suatu metode tertentu, agar data yang diperoleh mempunyai validitas dan reliabilitas yang tinggi. Menurut Prof. Dr. Winarno Surachmad, M.Sc.Ed dalam bukunya Pengantar Penelitian Ilmiah, yang dimaksud metode adalah: “ Cara utama yang dipergunakan untuk mencapai suatu tujuan, misalnya untuk menguji serangkaian hipotesis, dengan menggunakan tehnik serta alat tertentu”.

Pengertian penelitian menurut Sutrisno Hadi dalam buku Metodologi Research adalah: “Sebagai usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, usaha mana dilakukan dengan menggunakan metode-metode tertentu” (Sutrisno Hadi, 1989: 4).



Adapun metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut :

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian menurut sifatnya ada tiga jenis yaitu (Soerjono Soekanto, 1984 : 9-10)

#### **a. Penelitian Eksploratif**

Suatu penelitian yang dilakukan apabila pengetahuan tentang suatu gejala yang hendak diselidiki ternyata masih kurang sekali atau bahkan tidak ada sama sekali.

#### **b. Penelitian Deskriptif**

Suatu penelitian, dimana untuk memberikan data awal yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya.

#### **c. Penelitian Eksplanatoris**

Suatu penelitian yang dimaksudkan untuk menguji hipotesa-hipotesa tertentu yaitu hipotesa yang telah dipersiapkan untuk hipotesa pengujian. Hipotesa ini sudah tetap berdasarkan suatu kerangka pemikiran teori yang sudah mantap pula.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala lainnya. Maksudnya adalah terutama untuk mempertegas hipotesis agar dapat membantu memperkuat teori-teori lama atau dalam rangka menyusun teori baru”.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di radio PTPN FM Solo, terletak di Jalan Kebalen No.2 Solo. Penelitian ini memilih lokasi di radio PTPN FM karena secara geografis stasiun radio PTPN FM mudah dijangkau, baik oleh kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

### 3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu data primer dan data sekunder

#### a. Data primer

Data primer yaitu sejumlah keterangan atau fakta-fakta yang secara langsung diperoleh melalui penelitian lapangan. Berupa hasil wawancara dengan pihak Radio PTPN Solo dan klien pemasang iklan.

#### b. Data sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh penulis melalui beberapa literatur, catatan dan brosur-brosur yang berkaitan dengan yang penulis paparkan.

### 4. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh (Soerjono Soekanto, 2001 : 8). Ada dua sumber data yang diperoleh. Ada dua sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

#### a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari lapangan atau lokasi penelitian dalam hal ini di radio PTPN FM di Solo dan hasil wawancara dengan wakil direktur dari radio PTPN FM yaitu bapak IG. Hananta Sumarno.

#### b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sejumlah keterangan atau fakta-fakta yang diperoleh dari bahan-bahan dokumen, laporan, arsip, literatur, hasil-hasil penelitian yang kesemuanya berhubungan dengan masalah yang diteliti, dalam hal ini yang berkaitan dengan Perjanjian Untuk Melakukan Pekerjaan. Sumber-sumber data sekunder berupa :

- 1) Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari :
  - a) Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata)
  - b) Peraturan perundang-undangan yaitu Undang-undang No.32 Tahun 2002, Tentang Penyiaran.
- 2) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan pada bahan hukum primer, seperti jurnal-jurnal, buku-buku hasil penelitian yang berwujud laporan dan seterusnya (Soerjono Soekanto, 1986 : 12)

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini tehnik pengumpulan data yang dipakai adalah sebagai berikut :

### a. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan adalah cara untuk mendapatkan data langsung dari lokasi penelitian, baik berupa keterangan, fakta atau gejala lainnya pada objek yang diteliti (Suryabrata. 1992 : 15). Dalam studi lapangan ini, penulis melakukan:

#### 1) Observasi (pengamatan)

Observasi adalah metode untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan kegiatan pengamatan secara langsung pada objek penelitian (Sutrisno Hadi, 2001: 8). Metode ini digunakan penulis pada saat mengamati minat klien dalam hal ini pemasang iklan, yang datang ke radio PTPN FM untuk memasang iklan dan cara kerja karyawan radio PTPN FM dalam membuat iklan yang sesuai dengan permintaan klien.

#### 2) Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah metode untuk mengumpulkan data dengan cara tanya jawab (Sutrisno Hadi, 2001: 39)

Dalam hal ini, penulis mengadakan tanya jawab dengan informan yaitu pihak radio PTPN FM dan kliennya.

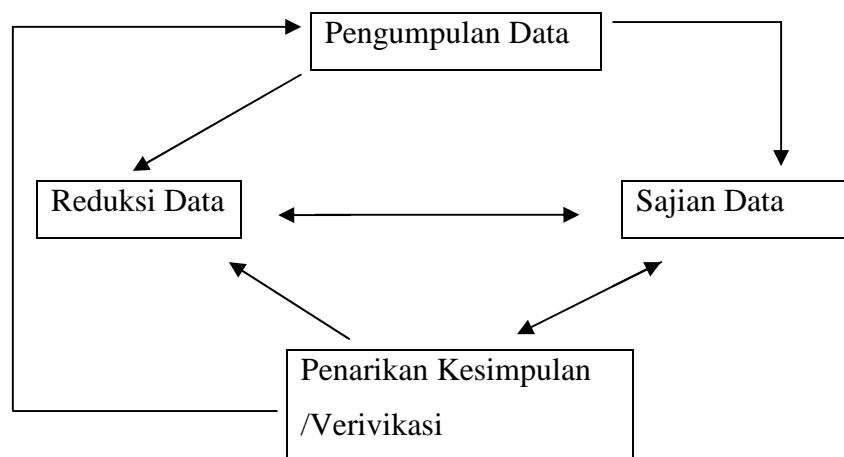
b. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam hal ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan jalan membaca sekaligus mempelajari buku-buku literatur, majalah-majalah, perundang-undangan serta dokumen lainnya yang ada kaitannya dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

## 6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif yaitu mengumpulkan, pengolahan dan kemudian menghubungkan data tersebut dengan teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti untuk akhirnya ditarik kesimpulan guna menentukan hasilnya.

Model analisa interaktif (*interactive model of analysis*) menurut ( H.B Sutopo, 2002: 94-96) seperti berikut :



Reduksi data dilakukan sejak proses pengumpulan data belum berlangsung dan diteruskan pada waktu pengumpulan data dan bersamaan terjalin dengan dua komponen lain. Tiga komponen tersebut masih mengalir dan tetap saling menjalin pada waktu kegiatan pengumpulan data sudah berakhir, sampai dengan proses penulisan laporan penelitian selesai.

## **F. Sistematika Skripsi**

Agar segala pembahasan yang berhubungan dengan pokok permasalahan dapat diketahui kaitan-kaitannya dan agar tersirat keseluruhan pengertian dari judul skripsi ini, maka penulis menjabarkan kedalam bentuk sistematika skripsi. Adapun skripsi ini penulis susun dalam lima bab yang masing-masing terdiri dari beberapa sub bab. Susunan sistematika skripsi tersebut adalah sebagai berikut:

**BAB I :** Adalah bab pendahuluan yang memuat sub bab : Latar Belakang Masalah, Pembahasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Skripsi.

**BAB II :** Adalah bab Tinjauan Pustaka yang memuat sub bab :

Tinjauan Umum Tentang Perjanjian, Perjanjian Baku, Perjanjian Untuk Melakukan Pekerjaan, Perjanjian Iklan, Tinjauan Umum Tentang Iklan Radio, Tinjauan Umum Tentang Radio.

**BAB III :** Adalah bab hasil pembahasan yang memuat sub bab : Prosedur pelaksanaan perjanjian iklan radio, Hak dan Kewajiban kedua belah pihak khususnya dalam masalah wanprestasi, Permasalahan yang timbul dan cara penyelesaiannya.

**BAB IV :** Adalah bab penutup yang memuat sub bab : Kesimpulan dan Saran.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

##### 1. Pengertian Perjanjian

Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata) mengenal istilah perjanjian dan perikatan. Walaupun pada dasarnya KUHPerdata tidak memberikan definisi yang tegas dari perikatan, namun kata perjanjian dan kata perikatan merupakan istilah yang telah dikenal dalam Kitab Undang Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Pada dasarnya KUH Perdata tidak secara tegas memberikan definisi dari perikatan, akan tetapi pendekatan terhadap pengertian perikatan dapat diketahui dari pengertian perjanjian dalam Pasal 1313 KUH Perdata yang didefinisikan sebagai suatu perbuatan hukum yang mana salah satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Perjanjian (sering disebut sebagai kontrak dalam pergaulan bisnis sehari-hari) diliputi oleh berbagai istilah yang bagi banyak pihak dapat menimbulkan kebingungan atau malah dianggap sama, padahal hakekatnya berbeda. Sebelum membahas pengertian mengenai perjanjian, terlebih dahulu akan dibahas mengenai pemakaian istilah perjanjian. Dalam menggunakan istilah perjanjian, ternyata masing-masing pakar mempunyai perbedaan pemahaman. Misalnya Achmad Ihsan memakai istilah perjanjian untuk *verbinten*is dan persetujuan untuk *overeenkomst*. Berbeda dengan DRS. C.S.T Kansil, SH yang memilih istilah perikatan dengan *verbinten*is dan perjanjian dengan *overeenkomst* (Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia, 1990 : 24). Istilah perikatan mempunyai kesamaan dengan istilah Belanda yaitu "*verbentesis*". Istilah ini mempunyai cakupan yang paling luas, yaitu mencakup semua

ketentuan dari KUH Perdata (Pasal 1233 KUH Perdata). Adapun istilah perjanjian sama dengan istilah Belanda “*overeenkomst*”. Istilah perjanjian ini mempunyai makna yang lebih sempit dibandingkan dengan perikatan karena istilah perjanjian ini hanya mencakup perikatan yang lahir dari perjanjian saja (Munir Fuady, 2001 : 2).

Dari uraian di atas maka penulis lebih condong memakai istilah perjanjian atau persetujuan untuk *overeenkomst*, karena istilah perjanjian sudah sangat populer di kalangan masyarakat sebagai istilah yang mantap yang menggambarkan suatu hubungan hukum antara dua pihak, yang isinya adalah hak dan kewajiban: suatu hak untuk menuntut sesuatu dan di sisi lain suatu kewajiban untuk memenuhi tuntutan tersebut ( R. Subekti, 1984 : 11). Perjanjian adalah persetujuan yang dirumuskan secara tertulis yang melahirkan tentang adanya hak dan kewajiban (Kusumodihamijojo, 1998: 6).

Hubungan antara perikatan dengan perjanjian adalah bahwa perjanjian itu menerbitkan perikatan. Perjanjian adalah sumber perikatan, disamping sumber yang lain yaitu undang-undang. Jadi penulis ingin mengatakan bahwa perikatan merupakan pengertian yang abstrak, sedangkan perjanjian adalah suatu hal yang kongkrit. Perikatan tidak dapat dilihat dengan mata kepala, namun hanya bisa dibayangkan saja dalam pikiran. Namun perjanjian dapat dilihat, dibaca sampai di pelajari perkataan-perkataannya.

Mengenai perjanjian pada umumnya diatur dalam bab II Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) yang berjudul: “*Tentang Perikatan-perikatan yang lahir dari kontrak atau perjanjian*”. Untuk mengetahui apa yang dimaksud dengan perjanjian, dapat dilihat dalam Pasal 1313 KUH Perdata. Pasal 1313 memberikan definisi tentang perjanjian sebagai berikut : “*perjanjian adalah suatu perbuatan dengan*

*mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.*

Rumusan tersebut tidak lengkap dan sangat luas. Tidak lengkap karena hanya menyebutkan perjanjian sepihak saja. Sangat luas karena dengan dipergunakannya perkataan “perbuatan” termuat juga perwakilan sukarela dan perbuatan melawan hukum. Sehubungan dengan hal itu, maka perlu kiranya diadakan perbaikan mengenai definisi tersebut, yaitu :

- a. Perbuatan harus diartikan sebagai perbuatan hukum, yaitu perbuatan yang bertujuan untuk menimbulkan akibat hukum.
- b. Menambahkan perkataan “atau saling mengikatkan dirinya” dalam Pasal 1313.

Atas definisi tersebut diatas, maka perumusannya menjadi :  
*“Perjanjian adalah suatu perbuatan hukum , dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”(R.Setiawan, 1987 : 49).*

Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal (Subekti, 1992 : 1).

Sedangkan arti penting suatu perjanjian (Rahman, 2003 : 4), adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui perikatan apa yang dilakukan dan kapan serta dimana perjanjian dilakukan.
- b. Untuk mengetahui secara jelas siapa saja yang saling mengikatkan dirinya tersebut dalam perjanjian yang dimaksud.
- c. Untuk mengetahui hak dan kewajiban para pihak, apa yang harus, apa yang diperbolehkan dan yang tidak boleh dilakukan oleh para pihak.
- d. Untuk mengetahui syarat-syarat berlakunya perjanjian tersebut.
- e. Untuk mengetahui cara-cara yang dipilih para pihak untuk menyelesaikan perselisihan dan domisili hukum.



- f. Untuk mengetahui kapan berakhirnya perjanjian atau hal-hal apa saja yang mengakibatkan berakhirnya perjanjian tersebut.
- g. Sebagai alat untuk memantau para pihak apakah pihak lawan masing-masing telah menunaikan prestasinya atau belum, atau bahkan telah melakukan wanprestasi.
- h. Sebagai alat bukti para pihak apabila terjadi perselisihan di kemudian hari, termasuk apabila terjadi wanprestasi oleh salah satu pihak dalam perjanjian. Termasuk apabila ada keberatan dari pihak ketiga yang mengharuskan kedua belah pihak membuktikan hal-hal yang terkait dengan perjanjian tersebut.

Didalam perjanjian dikenal juga istilah kontrak, yang terkadang tidak dipersamakan dengan perjanjian, meskipun sebenarnya kontrak tidak lain adalah perjanjian itu sendiri. Kontrak lebih ditekankan pada bentuk perjanjian yang dibuat secara tertulis sebagai suatu alat bukti bagi para pihak yang bersangkutan atau para pihak yang membuat kontrak itu sendiri.

## 2. Unsur-unsur Perjanjian

Unsur-unsur perjanjian adalah (Setiawan, 1987 : 50)

### a. *Essentialia*

Bagian-bagian dari perjanjian yang tanpa itu, sebuah perjanjian tidak mungkin ada. Misalnya harga, adalah *Essentialia* dari persetujuan jual beli.

### b. *Naturalia*

Bagian-bagian yang oleh undang-undang ditentukan sebagai peraturan-peraturan yang bersifat mengatur. Misalnya penangguhan.

### c. *Accidentalialia*

Bagian-bagian yang oleh para pihak ditambahkan dalam perjanjian, dimana undang-undang tidak mengaturnya. Misalnya jual beli rumah beserta peralatan rumah tangga.

### 3. Syarat Sahnya Perjanjian

Perjanjian yang sah adalah perjanjian yang memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh undang-undang. Mengenai syarat-syarat sahnya perjanjian disebutkan dalam Pasal 1320 KUH Perdata sebagai berikut (R. Subekti, 1992 : 1):

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
- c. Suatu hal tertentu;
- d. Suatu sebab yang halal

Dua syarat yang pertama yaitu a dan b disebut syarat subyektif, karena berkaitan dengan orang-orangnya atau subyek yang mengadakan perjanjian. Dua syarat terakhir atau c dan d dinamakan syarat obyektif, karena berbicara mengenai perjanjiannya sendiri atau obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan.

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.

Dengan sepakat itu dimaksudkan bahwa kedua belah pihak yang mengadakan perjanjian itu harus sepakat atau setuju mengenai hal-hal pokok dari perjanjian yang diadakan tersebut. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu, juga harus dikehendaki oleh pihak yang lain. Mereka menghendaki sesuatu yang sama secara timbal balik.

- b. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian

Orang yang membuat suatu perjanjian harus cakap menurut hukum. Pada dasarnya, setiap orang yang sudah dewasa atau akil baliq dan sehat pikirannya, adalah cakap menurut hukum. Dalam Pasal 1330 KUH Perdata disebutkan orang-orang yang tidak cakap membuat perjanjian adalah :

- 1) Orang-orang yang belum dewasa;
- 2) Orang yang ditempatkan dibawah pengampuan;
- 3) Wanita bersuami;
- 4) Orang yang pada umumnya undang-undang telah melarang membuat persetujuan-persetujuan tertentu.

Adapun penjelasan dari keterangan di atas adalah sebagai berikut:

1) Orang-orang yang belum dewasa

Menurut Pasal 330 KUH Perdata menyatakan bahwa orang yang sudah dianggap dewasa dan cakap membuat perjanjian adalah orang yang sudah genap berusia 21 tahun atau sudah kawin meskipun belum berusia 21 tahun. Namun ketentuan Pasal 330 KUH Perdata ini telah diubah dengan munculnya Undang-undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak. Dalam Pasal 1 disebutkan bahwa Anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan. Jadi orang yang belum dewasa menurut Undang-undang Perlindungan Anak adalah seseorang yang berusia dibawah 18 tahun.

2) Orang yang ditempatkan di bawah pengampuan

Pasal 433 KUH Perdata menjelaskan bahwa orang-orang yang ditempatkan di bawah pengampuan antara lain:

- a) Orang dungu (*Onnoozelheid*).
- b) Orang gila (tidak waras akal pikirannya).
- c) Orang yang mata gelap (*Razernij*).
- d) Orang yang pemboros.

3) Wanita Bersuami

Pasal 1330 angka B KUH Perdata menempatkan wanita yang bersuami sebagai orang yang tidak cakap melakukan perjanjian. Akan tetapi, beredarnya Surat Edaran Mahkamah Agung No.3 Tahun 1963 yang mencabut Pasal 108 dan Pasal 110 KUH Perdata dan di perkuat dengan Pasal 31 UU No.1 Tahun 1974 tentang Perkawinan yaitu :

ayat (1): *Hak dan kedudukan istri adalah seimbang dengan hak dan kedudukan suami dalam kehidupan rumah tangga dan pergaulan hidup bersama dalam masyarakat.*

ayat (2): *Masing-masing pihak berhak untuk melakukan perbuatan hukum, maka hal inilah yang kemudian menyatakan bahwa ada persamaan hak antara wanita suami dan isteri. Oleh karena itu isteri dianggap cakap membuat perjanjian.*

- 4). Orang yang dilarang Undang-undang melakukan perbuatan tertentu.

Pasal 1330 KUH Perdata merumuskan bahwa ada orang-orang tertentu yang oleh Undang-undang dianggap tidak berwenang membuat perjanjian dengan cara tertentu dan pihak tertentu. Adapun pihak-pihak tersebut adalah :

- a) Hakim, Jaksa, Panitera, Advokat, Pengacara, Juru Sita, dan Notaris ( Pasal 1468 KUH Perdata).
- b) Pegawai dalam suatu jabatan umum dilarang membeli untuk dirinya sendiri (Pasal 1469 KUH Perdata).
- c) Seorang kuasa yang diwajibkan menjual barang untuk orang lain dan pengurus barang milik negara atau pemerintah dilarang membeli barang-barang tersebut (Pasal 1470 KUH Perdata).

c. Suatu hal tertentu

Yang dimaksud dengan suatu hal tertentu dalam Pasal 1320 KUH Perdata adalah menyangkut objek perjanjian itu sendiri. Jadi, sebuah perjanjian harus mempunyai objek tertentu, seperti yang diatur dalam Pasal 1332 KUH Perdata. Misalkan seperti perjanjian iklan di radio, maka objek yang diperjualbelikan adalah iklan itu sendiri.

Adapun beberapa persyaratan yang ditentukan oleh KUH Perdata terhadap objek tertentu adalah:

- 1) Barang yang menjadi objek perjanjian haruslah barang yang dapat diperdagangkan (Pasal 1332 KUH Perdata).

- 2) Pada saat perjanjian diuat, minimal barang tersebut sudah dapat ditentukan jenisnya (Pasal 1333 ayat (1) KUH Perdata).
- 3) Jumlah barang yang menjadi objek perjanjian boleh belum ditentukan dahulu, asal jumlah barang tersebut tetap dapat dihitung dan ditentukan kemudian (Pasal 1333 ayat (2) KUH Perdata).
- 4) Barang objek perjanjian dapat juga barang yang baru atau baru akan ada di kemudian hari (Pasal 1334 ayat (2) KUH Perdata).
- 5) Terhadap barang yang masih ada dalam warisan yang belum terbuka, maka tidak dapat dilakukan perjanjian (Pasal 1334 ayat (2) KUH Perdata).

d. Suatu sebab yang halal

Dengan sebab ini dimaksudkan tidak lain daripada isi perjanjian harus berdasarkan sebab yang halal. Sesuatu yang menyebabkan seseorang membuat suatu perjanjian atau dorongan jiwa untuk membuat suatu perjanjian pada dasarnya tidak diperlukan oleh undang-undang. Hukum pada dasarnya tidak menghiraukan apa yang berada dalam gagasan seseorang atau apa yang dicita-citakan seseorang. Menurut Pasal 1337 KUH Perdata, yang diperhatikan oleh hukum atau undang-undang adalah tindakan orang-orang dalam masyarakat yaitu:

- 1) Tidak dilarang oleh Undang-undang.
- 2) Tidak berlawanan dengan kesusilaan.
- 3) Tidak bertentangan dengan ketertiban dan kepentingan umum.

Konsekuensi yuridis dari tidak dipenuhi syarat-syarat sah nya perjanjian di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Batal demi hukum (*Nietig, Null dan Void*) dan dianggap perjanjian tidak pernah ada dalam hal syarat obyektif perjanjian tidak terpenuhi, yaitu syarat suatu hal tertentu atau suatu sebab yang halal.
- 2) Dapat dibatalkan (*Vertiegbaar, Voidable*) apabila syarat subyektif dari perjanjian yaitu sepakat mengikatkan diri dan kecakapan

membuat suatu perjanjian tidak terpenuhi, sehingga perjanjian dapat dimintakan pembatalan kepada hakim.

- 3) Perjanjian tidak dapat dilaksanakan, yaitu perjanjian yang belum dapat dilaksanakan karena belum memenuhi syarat formil perjanjian. Dapat dilaksanakan apabila telah dikonversi menjadi perjanjian yang sah. Misalnya perjanjian yang seharusnya dapat dibuat secara tertulis namun hanya dibuat dalam bentuk lisan. Perjanjian itu dapat dilaksanakan apabila sudah dibuat dalam bentuk tertulis.
- 4) Sanksi administratif, yaitu persyaratn administratif dalam perjanjian, yang mana bila tidak dipenuhi maka hanya akan dikenakan sanksi administratif saja kepada salah satu pihak atau kedua belah pihak. Misalnya apabila perjanjian tidak dilengkapi dengan perizinan dari pihak yang berwenang.

Apabila pada waktu pembuatan perjanjian, ada kekurangan mengenai syarat yang subyektif, maka perjanjian itu dapat dimintakan pembatalan. Sedangkan apabila syarat obyektif tidak dipenuhi, maka perjanjian adalah batal demi hukum ( Subekti, 1992 : 21).

#### **4. Beberapa Asas dalam Hukum Perjanjian**

Tercapainya suatu perjanjian tergantung pada pihak-pihak yang tersangkut dalam perjanjian tersebut. Oleh karena itu dalam perjanjian dikenal asas-asas yang harus diperhatikan oleh setiap pihak yang melaksanakan perjanjian tersebut. Menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata ada beberapa asas perjanjian yaitu sebagai berikut:

##### **a. Asas Kebebasan Berkontrak**

Asas kebebasan berkontrak dan asas kekuatan mengikat terdapat dalam Pasal 1338 KUH Perdata. Ketentuan ini berbunyi : “Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. “Semua“ mengandung arti

meliputi seluruh perjanjian baik yang namanya dikenal, maupun yang tidak dikenal oleh undang-undang. Asas kebebasan berkontrak berhubungan dengan isi perjanjian yaitu kebebasan menentukan “apa” dan dengan “siapa” perjanjian itu diadakan. Perjanjian yang diperbuat sesuai dengan Pasal 1320 KUH Perdata ini mempunyai kekuatan mengikat. Kebebasan berkontrak adalah salah satu asas yang sangat penting dalam Hukum Perjanjian. Kebebasan ini adalah perwujudan dari kehendak bebas pancaran hak asasi manusia.

b. Asas Konsensualisme

“Sepakat mereka yang mengikatkan diri” adalah asas esensial dari Hukum Perjanjian. Asas ini dinamakan juga asas otonomi “Konsensualisme”, yang menentukan adanya perjanjian. Asas konsensualisme diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata.

c. Asas Personalia

Dalam hukum perjanjian dapat ditemukan asas personalia atau asas kepribadian dalam Pasal 1315 KUH Perdata jo Pasal 1317, yang berbunyi: “Pada umumnya tak seorangpun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji selain untuk dirinya sendiri”. Melihat uraian tersebut maka dapat diketahui bahwa pada dasarnya perjanjian dibuat seseorang dalam kapasitasnya sebagai individu. Subyek hukum pribadi hanya akan mengikat dan berlaku untuk dirinya sendiri. Pasal 1315 KUH Perdata jo Pasal 1317 juga menegaskan bahwa perjanjian hanya mengikat pada pihak-pihak yang membuatnya dan disebutkan dalam pasal itu adanya pengecualian dari asas kepribadian ini yaitu bahwa perjanjian tidak boleh merugikan pihak ketiga.

d. Asas *Pacta Sunt Servanda*

Merupakan asas dalam perjanjian yang berhubungan dengan mengikatnya suatu perjanjian. Berdasarkan Pasal 1339 KUH Perdata perjanjian-perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang

menurut sifat perjanjian, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan dan undang-undang.

e. Asas Itikad Baik

Asas ini berkaitan dengan pelaksanaan perjanjian bahwa suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Dalam Pasal 1338 ayat (3) berbunyi “ Perjanjian-perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”.

Mengenai hal itu, itikad baik itu mempunyai dua pengertian yaitu :

- 1) Itikad baik dalam arti subyektif, yaitu itikad baik yang terletak pada sikap batin seseorang yang berarti kejujuran dalam membuat perjanjian.
- 2) Itikad baik dalam arti obyektif, yaitu itikad baik yang terletak pada objek perjanjian yang harus didasarkan pada kepatuhan, kesusilaan dan keadilan. Konsekuensi disini, maksudnya adalah hakim boleh melakukan intervensi terhadap isi perjanjian yang telah dibuat para pihak yang bersangkutan.

## 5. Macam-macam Perjanjian

Beberapa macam perjanjian yang terdapat dalam KUH Perdata adalah sebagai berikut ( Abdulkadir Muhammad, 1990: 96)

a. Perjanjian dengan Cuma-Cuma dan Perjanjian atas Beban.

Menurut Undang-undang dalam Pasal 1314 KUH Perdata membedakan antara perjanjian yang dibuat dengan cuma-cuma dan perjanjian atas beban serta memberikan perumusan perjanjian cuma-cuma sebagai berikut : perjanjian cuma-cuma adalah suatu perjanjian dimana pihak yang satu memberikan suatu keuntungan kepada pihak lain, tanpa menerima suatu manfaat bagi dirinya sendiri. Misalnya : Hibah, Perjanjian penitipan barang cuma-cuma.

Sedangkan perjanjian atas beban menurut Pasal 1314 ayat (3) KUH Perdata adalah suatu perjanjian yang mewajibkan masing-masing pihak memberikan sesuatu, berbuat sesuatu atau tidak berbuat sesuatu.



b. Perjanjian Sepihak dan Timbal Balik

Perjanjian sepihak adalah perjanjian dimana hanya terdapat kewajiban pada salah satu pihak saja. Misalnya : Perjanjian Hibah.

Perjanjian Timbal Balik adalah : perjanjian yang memberi kewajiban dan hak kepada kedua belah pihak. Misalnya : Jual beli, sewa-menyewa).

c. Perjanjian Konsensual, Riil, Formil

Perjanjian konsensual adalah perjanjian dianggap sah dengan adanya konsensus (kata sepakat) antara kedua belah pihak yang mengadakan perjanjian tersebut.

Perjanjian riil adalah perjanjian dimana selain diperlukan adanya kata sepakat, barangnyapun harus diserahkan, misalnya penitipan barang, pinjam pakai atau pinjam mengganti.

d. Perjanjian Bernama, Tidak Bernama dan Campuran

Perjanjian bernama adalah perjanjian dimana undang-undang telah mengatur dengan ketentuan-ketentuan khusus.

Perjanjian tidak bernama adalah perjanjian yang tidak diatur secara khusus.

Perjanjian campuran adalah perjanjian yang mengandung berbagai unsur dari berbagai perjanjian yang sulit dikualifikasikan.

## **6. Akibat Hukum dari Perjanjian Yang Sah**

Sebagaimana telah dijelaskan diatas, perjanjian bukanlah perikatan moral tetapi perikatan hukum yang memiliki akibat hukum. Akibat hukum dari perjanjian yang sah adalah berlakunya perjanjian sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Yang dimaksud dengan berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, adalah bahwa kesepakatan yang dicapai oleh para pihak dalam perjanjian mengikat para pihak sebagaimana mengikatnya suatu undang-undang. Para pihak dalam perjanjian tidak boleh keluar dari perjanjian secara sepihak, kecuali apabila telah

disepakati oleh para pihak atau apabila berdasarkan pada alasan-alasan yang diatur oleh undang-undang atau hal-hal yang disepakati dalam perjanjian.

Sekalipun dasar mengikatnya perjanjian berasal dari kesepakatan dalam perjanjian, namun suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tetapi juga mengikat untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diharuskan oleh kepatutan, dan kebiasaan atau undang-undang. Untuk itu setiap perjanjian yang disepakati harus dilaksanakan dengan itikad baik dan adil bagi semua pihak, <http://www.lexrag.com> (diakses tanggal 19 Agustus 2007).

## 7. Wanprestasi

Apabila salah satu pihak tidak melakukan apa yang dijanjikan, maka dikatakan bahwa ia melakukan wanprestasi, alpa atau lalai atau ingkar janji. Wanprestasi dapat berwujud empat macam:

- a) Pihak debitur sama sekali tidak melakukan prestasi.
- b) Pihak debitur terlambat dalam melakukan prestasi.
- c) Pihak debitur salah atau keliru dalam melakukan prestasi.
- d) Pihak debitur melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.

Untuk menentukan saat terjadinya wanprestasi ternyata tidaklah mudah. Undang-undang memberikan pemecahannya dengan mengadakan lembaga pernyataan lalai (*ingebrekestelling*). Fungsi pernyataan lalai itu adalah merupakan upaya hukum untuk menentukan kapanakah saat mulai terjadinya wanprestasi.

Pernyataan lalai merupakan pemberitahuan kreditur kepada debitur yang berisi ketentuan yang menyatakan pada saat kapan selambat-lambatnya kreditur itu meminta pemenuhan prestasi yang harus dilakukan oleh debitur itu semuanya dengan mengingat asas kepatutan.

Apakah pernyataan lalai juga diperlukan terhadap seluruh bentuk wanprestasi? Untuk menjawab pertanyaan tersebut harus diterapkan pada masing-masing bentuk wanprestasi tersebut yaitu :

- a. Wanprestasi dimana debitur sama sekali tidak melakukan prestasi. Dalam hal ini debitur tidak perlu dinyatakan lalai oleh kreditur karena dalam hal ini tidak dapat diharapkan debitur dapat berprestasi.
- b. Wanprestasi terlambat melakukan prestasi. Jika dalam perjanjian ditentukan bahwa dengan lewatnya waktu tertentu debitur sudah dianggap lalai, maka tidak diperlukan pernyataan lalai lagi. Sedangkan bila debitur sebetulnya masih bersedia memenuhi prestasi, hanya terlambat saja maka masih diperlukan pernyataan lalai.
- c. Untuk wanprestasi keliru / salah melakukan prestasi. Prof. Pitlo berpendapat bahwa dalam hal debitur keliru melakukan prestasi, *ingebrekestelling* adakalanya perlu, namun ada kalanya tidak, dan kriterianya adalah : apabila kelirunya dengan *te goeder trouw* maka perlu *ingebrekestelling* sedang apabila kelirunya dengan *te kweder trouw* maka disini tidak perlu *ingebrekestelling*. Disini kreditur langsung meminta pemenuhan / pemutusan perikatan.
- d. Untuk wanprestasi dimana debitur melakukan yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan, maka berdasarkan pada Pasal 1242 KUH Perdata, pelanggaran larangan tersebut, debitur dapat dituntut di muka pengadilan untuk mengganti biaya, rugi dan bunga. Dengan demikian pernyataan lalai tidak diperlukan.

Tentang bentuk pernyataan lalai dalam Pasal 1238 KUH Perdata diatur sebagai berikut : Si berutang adalah lalai apabila ia dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis itu telah dinyatakan atau demi perikatannya sendiri ialah jika ini menetapkan bahwa si berutang akan harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan. Dari pasal tersebut dapat diketahui bahwa bentuk pernyataan lalai adalah suatu “surat perintah”. Yang dimaksud surat perintah ini adalah suatu peringatan resmi yaitu peringatan oleh seorang juru sita pengadilan negeri. Sedang pengertian “akta sejenis” oleh undang-undang dimaksudkan adalah suatu peringatan tertulis. Akan tetapi dalam perkembangannya sekarang ditafsirkan sebagai suatu peringatan atau teguran

yang juga boleh dilakukan secara lisan, asalkan cukup tegas menyatakan desakan kreditur supaya prestasi dilakukan dengan seketika atau dalam waktu yang sesingkat-singkatnya. Tetapi untuk mengajukan pernyataan lalai dilakukan secara tertulis supaya nanti dimuka pengadilan mudah membuktikannya dan sulit dipungkiri oleh debitur.

Terhadap wanprestasi itu diancam beberapa sanksi atau hukuman yaitu (Subekti, 1984: 45):

- a) Membayar kerugian yang diderita oleh kreditur atau dengan singkat dinamakan ganti rugi;
- b) Pembatalan perjanjian atau juga dinamakan “pemecahan” perjanjian;
- c) Peralihan risiko;
- d) Membayar biaya perkara, apabila sampai diperkarakan di muka hakim.

#### **8. Risiko dan Keadaan Memaksa (*Overmacht dan Force Majeure*)**

Risiko (*Overmacht*) menurut Subekti adalah kewajiban memikul kerugian yang disebabkan karena adanya kejadian diluar kesalahan salah satu pihak. Persoalan risiko berpokok pangkal pada terjadinya suatu peristiwa diluar kesalahan salah satu pihak yang telah mengadakan perjanjian. Peristiwa semacam itu dalam hukum perjanjian dinamakan “keadaan memaksa” (*Force majeure*). Dengan demikian, maka persoalan tentang risiko merupakan buntut dari persoalan tentang keadaan memaksa, suatu kejadian yang tak disengaja dan tak dapat diduga. Hubungan antara risiko dengan keadaan memaksa sebanding dengan hubungan antara ganti rugi dengan wanprestasi.

Dari rumusan Pasal 1244 dan Pasal 1245 KUH Perdata dapat dilihat kausa-kausa *force majeure* yaitu sebagai berikut (Munir Fuady, 2001:114-115):

- a. *Force majeure* karena sebab-sebab yang tidak terduga

Apabila terjadi hal-hal yang tidak terduga (pembuktiannya ada di pihak debitur) yang menyebabkan terjadinya kegagalan dalam melaksanakan perjanjian. Hal tersebut bukan termasuk dalam wanprestasi perjanjian, melainkan termasuk kategori *force majeure*, yang peraturan hukumnya

lain sama sekali. Kecuali apabila si debitur mempunyai itikad jahat, maka dalam hal ini debitur dapat dimintakan pertanggung jawaban.

b. *Force majeure* karena keadaan memaksa

Sebab lain mengapa seorang debitur dianggap dalam keadaan *force majeure* sehingga dirinya tidak perlu bertanggung jawab atas tidak dilaksanakannya perjanjian adalah jika tidak dipenuhinya perjanjian karena keadaan memaksa (Pasal 1245 KUH Perdata).

c. *Force Majeure* karena perbuatan tersebut dilarang

Apabila ternyata dilarang (oleh perundang-undangan yang berlaku) maka kepada debitur tersebut tidak terkena kewajiban membayar ganti rugi (Pasal 1245 KUH Perdata).

Apabila dilihat dari sasarannya, dalam Pasal 1244 KUH Perdata yang mengatur masalah keadaan memaksa maka muncul teori keadaan memaksa yaitu :

a. Teori keadaan memaksa yang obyektif

*Force majeure* ini terjadi terhadap benda yang menjadi objek dari perjanjian, sehingga prestasi dalam kontrak tidak mungkin dipenuhi. Misalkan saja benda yang menjadi objek perjanjian tersebut musnah terbakar. *Force majeure* obyektif seperti ini disebut juga *Physical Impossibility*.

b. Teori keadaan memaksa yang subyektif

Keadaan yang memaksa yang bersifat subyektif adalah keadaan memaksa yang berhubungan dengan perbuatan atau kemampuan dari debitur sendiri, yang mengakibatkan tidak dapat terpenuhinya prestasi. Semisal debitur sakit keras sehingga debitur tidak dapat melakukan prestasi yang dibebankan kepadanya.

Apabila dilihat dari segi kemungkinan pelaksanaan prestasi dalam perjanjian, maka *force majeure* dapat diklasifikasikan menjadi :

a. *Force majeure* yang bersifat absolut

Yaitu ketika prestasi dalam perjanjian sama sekali tidak dapat dilakukan atau dilaksanakan lagi, misalnya barang yang menjadi objek dari perjanjian musnah karena bencana alam.

b. *Force majeure* yang bersifat relatif

Dimana prestasi di dalam perjanjian tertunda pelaksanaannya dan masih juga dilaksanakan, akan tetapi dengan pengorbanan-pengorbanan yang sangat besar dari pihak debitur.

## 9. Hapusnya Perjanjian

Hapusnya perjanjian dikarenakan ( R.Setiawan, 1999: 107) :

- a. Ditentukan dalam perjanjian oleh para pihak. Misalnya perjanjian akan berlaku untuk waktu tertentu.
- b. Undang-undang menentukan batas berlakunya suatu perjanjian.
- c. Para pihak atau undang-undang dapat menentukan bahwa dengan terjadinya peristiwa tertentu, maka perjanjian akan hapus. Misalnya jika salah satu meninggal, perjanjian akan hapus.
- d. Pernyataan menghentikan perjanjian (*opzegging*), dapat dilakukan oleh kedua belah pihak atau oleh salah satu pihak.
- e. Perjanjian hapus karena putusan hakim.
- f. Tujuan perjanjian telah tercapai.
- g. Dengan persetujuan para pihak.

## B. Perjanjian Untuk Melakukan Pekerjaan

### 1. Pengertian dan Unsur-unsur Perjanjian Melakukan Pekerjaan

Perjanjian untuk melakukan pekerjaan diatur dalam Buku III Bab IV KUH Perdata. Dengan melihat rumusan Pasal 1601 KUH Perdata, maka pengertian perjanjian untuk melakukan pekerjaan adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan diri untuk melakukan pekerjaan bagi lainnya dengan menerima upah.

Dari pernyataan di atas, maka perjanjian untuk melakukan pekerjaan mempunyai unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Ada dua pihak yang saling mengikatkan diri;
- b. Ada pekerjaan tertentu yang diselenggarakan;
- c. Ada upah atau harga tertentu untuk menyelenggarakan pekerjaan tersebut.

Undang-undang membagi pekerjaan diatas hanya ada dua pihak, ini tidak berarti menutup kemungkinan hadirnya pihak ketiga.

## **2. Macam-macam Perjanjian Melakukan Pekerjaan**

Undang-undang membagi perjanjian untuk melakukan pekerjaan dalam tiga macam ( Subekti, 1995 : 57 - 65)

- a. Perjanjian untuk melakukan jasa-jasa tertentu:

Dalam perjanjian ini, suatu pihak menghendaki dari pihak lawannya dilakukannya suatu pekerjaan untuk mencapai sesuatu tujuan, untuk mana ia bersedia membayar upah. Sedangkan apa yang akan dilakukannya untuk mencapai tujuan tersebut sama sekali terserah kepada pihak lawan itu. Biasanya pihak lawan ini adalah orang ahli dalam melakukan pekerjaan tersebut dan biasanya ia juga sudah memasang tarif untuk jasanya itu. Upahnya biasanya dinamakan honorarium.

Dalam perjanjian ini dimasukkan antara lain:

- 1) hubungan antara pemasang iklan dengan pihak radio yang diminta jasanya untuk menawarkan barang produksinya;
- 2) hubungan antara seorang pengacara dengan kliennya untuk yang diminta mengurus suatu perkara;
- 3) hubungan antara seorang notaris yang datang kepadanya untuk dibuatkan suatu akta dan lain sebagainya.

- b. Perjanjian kerja/perburuhan

Dalam golongan ini dimasukkan perjanjian antara buruh dengan seorang majikan, perjanjian mana ditandai oleh ciri-ciri : adanya suatu upah atau gaji tertentu yang diperjanjikan dan adanya

suatu hubungan diperatas yaitu hubungan berdasarkan mana pihak yang satu (majikan) berhak memberikan perintah yang mana harus ditaati oleh yang lain.

c. Perjanjian Pemborongan Pekerjaan

Adalah suatu perjanjian antara seseorang (pihak yang memborongkan pekerjaan) dengan orang lain (pihak yang memborongkan pekerjaan), dimana pihak pertama menghendaki suatu hasil pekerjaan yang disanggupi oleh pihak lawan, atas pembayaran suatu uang tertentu sebagai harga pemborongan. Bagaimana cara pemborong mengerjakannya tidaklah penting bagi pihak pertama tersebut, karena yang dikehendaki adalah hasilnya, yang akan diserahkan kepadanya dalam keadaan baik, dalam suatu jangka waktu yang telah ditetapkan dalam perjanjian.

Perjanjian untuk melakukan jasa-jasa tertentu diatur oleh ketentuan-ketentuan yang khusus untuk itu, oleh syarat-syarat yang diperjanjikan oleh kebiasaan.

### **3. Pengaturan Perjanjian Melakukan Pekerjaan**

Pengaturan perjanjian melakukan pekerjaan terdapat dalam Pasal 1601 KUH Perdata. Dalam hal perjanjian pemasangan iklan di radio, pihak radio mengikatkan dirinya untuk melakukan pekerjaan bagi pihak pemasang iklan dengan menerima pembayaran. Pihak radio melakukan jasa-jasa tertentu untuk kemudian dibayar oleh pihak pemasang iklan. Sedangkan pada Pasal 1604 KUH Perdata mengatur bagaimana pemborongan kerja dilakukan. Pasal ini juga berkaitan dengan permasalahan yang di teliti karena dalam perjanjian pemasangan iklan di radio akan ada dua pilihan yaitu, pihak stasiun radio akan melakukan pekerjaan yaitu memproduksi iklan sampai dengan menyiarkannya atau hanya akan menerima materi dari pihak pemasang iklan dan tugas stasiun radio hanya menyiarkannya sesuai kesepakatan. Hal ini juga harus menjadi



perhatian dari masing-masing pihak, karena materi iklan yang akan di sampaikan harus sesuai dengan apa yang di kehendaki oleh pemasang iklan.

Dalam perjanjian pemasangan iklan di radio, tidak terdapat unsur perjanjian kerja/buruh, karena dalam perjanjian ini yang ada yaitu pihak penjual dalam hal ini pihak stasiun radio dan pihak pembeli dalam hal ini adalah pemasang iklan. Jadi penulis hanya akan menggunakan dua hal dalam perjanjian melakukan pekerjaan yaitu perjanjian untuk melakukan jasa-jasa tertentu dan perjanjian pemborongan pekerjaan

#### **4. Hak dan Kewajiban para pihak dalam perjanjian melakukan pekerjaan**

Perjanjian untuk melakukan pekerjaan dapat diasumsikan bahwa perjanjian itu merupakan perjanjian yang berhubungan dengan kewajiban debitur untuk melaksanakan pekerjaan atau jasa tertentu untuk kepentingan kreditur. Bergantung pada sifat dari pekerjaan yang akan dilakukan, maka pihak yang berkewajiban melakukan pekerjaan tersebut dapat bersifat spesifik dengan pengertian bahwa suatu jenis pekerjaan tersebut hanya dapat dilakukan oleh pihak tertentu yang dalam hal ini debitur. Dalam perjanjian iklan di radio, dapat diasumsikan pihak kreditur adalah pihak pemasang iklan, sedangkan pihak debitur adalah stasiun radio.

Sama halnya dengan perjanjian pada umumnya, bahwa masing-masing pihak harus memenuhi kewajibannya yaitu :

1. Pihak kreditur berkewajiban membayar ongkos yang sudah ditetapkan oleh debitur atau sesuai dengan kesepakatan.
2. Pihak debitur wajib melaksanakan pekerjaan yang sudah di serahkan oleh kreditur.

Adapun hak dari masing-masing pihak adalah :

1. Pihak kreditur berhak mendapatkan pekerjaan sesuai dengan apa yang sudah disepakati bersama dan berhak menuntut pembatalan perjanjian apabila hasil pekerjaan tidak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati tersebut.
2. Pihak debitur berhak menerima ongkos dari pekerjaan yang sudah dilaksanakan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

### **5. Berakhirnya perjanjian melakukan pekerjaan**

Dalam perjanjian melakukan pekerjaan hak dan kewajiban masing-masing pihak sudah jelas. Ketika pihak debitur sudah melakukan kewajibannya yaitu melaksanakan pekerjaan dan pihak kreditur sudah melaksanakan kewajibannya yaitu membayar ongkos pekerjaan maka otomatis perjanjian melakukan pekerjaan berakhir. Dalam perjanjian melakukan pekerjaan ada dua kemungkinan yang dapat dilakukan oleh pihak kreditur apabila hasil pekerjaan dari debitur tidak sesuai dengan isi perjanjian yaitu :

1. Kreditur tetap menuntut supaya debitor memenuhi pekerjaan sesuai dengan perjanjian.
2. Kreditur menuntut pembatalan perjanjian.

Terhadap kemungkinan yang pertama, hanya akan efektif apabila hal yang akan dituntut pemenuhannya tersebut memang masih dapat atau ingin dilaksanakan oleh debitor. Karena debitor tidaklah dapat dipaksa untuk melakukan segala sesuatu yang bertentangan dengan kehendaknya. Jadi dalam hal ini, itikad baik sangat menentukan dalam perjanjian ini.

## **C. Tinjauan Umum Tentang Siaran Iklan**

### **1. Pengertian Siaran Iklan**

Menurut Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran Pasal 1 ayat (5), "*Siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa,*

*barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.*

## **2. Macam-macam Siaran Iklan**

Dalam bisnis periklanan di media, ada dua jenis iklan yang selama ini digunakan oleh para pihak pelaku bisnis periklanan dan tercantum dalam Pasal 46 Ayat (1) Undang-Undang Penyiaran No 32 Tahun 2002, yaitu: Siaran iklan niaga dan siaran iklan layanan masyarakat.

### **a. Siaran Iklan Niaga**

Pengertian siaran iklan niaga menurut Pasal 1 ayat (6) Undang-undang No 32 Tahun 2002 adalah *“Siaran iklan niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan”*.

Adapun Pasal 46 berisi hal hal yang harus diperhatikan dalam pemasangan iklan di radio yaitu:

#### **1). Siaran iklan niaga dilarang melakukan:**

- a). promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain;
- b). promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif;
- c). promosi rokok yang memperagakan wujud rokok;
- d). hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau

- e). eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun, (Ayat 3).
- 2). Materi siaran iklan yang disiarkan melalui lembaga penyiaran wajib memenuhi persyaratan yang dikeluarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), (Ayat 4).
- 3). Siaran iklan niaga yang disiarkan menjadi tanggung jawab lembaga penyiaran, ( Ayat 5).
- 4). Siaran iklan niaga yang disiarkan pada mata acara siaran untuk anak-anak wajib mengikuti standar siaran untuk anak-anak, (Ayat 6).
- 5). Lembaga Penyiaran wajib menyediakan waktu untuk siaran iklan layanan masyarakat, ( Ayat 7).
- 6). Waktu siaran iklan niaga untuk Lembaga Penyiaran Swasta paling banyak 20% (dua puluh per seratus), sedangkan untuk Lembaga Penyiaran Publik paling banyak 15% (lima belas per seratus) dari seluruh waktu siaran, (Ayat 8).

b. Siaran iklan layanan masyarakat

Siaran iklan layanan masyarakat menurut Pasal 1 Ayat (7) adalah: *siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertindak laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.*

### 3. Pengertian Pemasangan Iklan di Radio

Pemasangan iklan adalah pekerjaan yang dibebankan kepada pihak radio dari pemasang iklan (*client*) agar produk yang dimiliki oleh pemasang iklan dapat diperkenalkan dan dipromosikan kepada masyarakat luas khususnya pendengar radio. Mengacu pada pengertian siaran iklan,

maka pemasangan iklan di radio lazimnya dapat mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan.

#### **4. Pengertian Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di Radio**

Setiap pekerjaan yang dibebankan dari pemasang iklan kepada pihak radio melalui biro iklan harus mendapat persetujuan dari pemasang iklan tersebut. Persetujuan harus dilakukan secara tertulis karena berkaitan dengan mekanisme pembayaran yang akan dilakukan oleh pemasang iklan kepada pihak stasiun radio. Inilah yang dinamakan perjanjian pemasangan iklan di radio.

#### **5. Pengaturan Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di Radio**

Dalam perjanjian pemasangan iklan niaga di sebuah stasiun radio, antara pihak stasiun radio dengan pihak pemasang iklan mempunyai standar sendiri dalam menentukan perjanjiannya. Setiap radio mempunyai klausul yang berbeda-beda yang dituangkan dalam Surat Pesanan Iklan. Namun isi perjanjian tersebut sebenarnya mempunyai arti yang sama yaitu apabila pemasang iklan sudah membayar atau membarter maka pihak stasiun radio berkewajiban memutar iklan yang sudah di bayar tersebut.

Sama seperti perjanjian pada umumnya, perjanjian pemasangan iklan akan berakhir dengan sendirinya apabila para pihak sudah melaksanakan prestasinya dengan sempurna.

#### **6. Para pihak dalam Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di Radio**

##### **a. Pemasang Iklan (*Client*)**

Pemasang iklan adalah pihak yang membayar sejumlah uang atau barter agar produk yang ia punya di iklankan oleh pihak stasiun radio.

##### **b. Biro Iklan**

Biro iklan adalah pihak yang menghubungkan antara produsen dengan pihak radio. Tugas biro iklan adalah mendata tiap-tiap radio secara lengkap baik secara format, gaya siaran, pendengar dan lain sebagainya, sehingga dapat memberikan gambaran dan informasi

sejelas-jelasnya kepada produsen yang ingin memasang iklan di radio di tiap-tiap kota.

c. Stasiun radio

Stasiun radio adalah media yang ditunjuk oleh pemasang iklan untuk memutar iklan produk yang di punyai oleh pemasang iklan tersebut termasuk didalamnya penyiar/DJ yang menjadi *eksekutor* terakhir dalam sebuah program siaran termasuk produk iklan.

### **BAB III**

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

##### **A. Deskripsi Singkat Tentang Radio PTPN FM Solo.**

Sekitar tahun 1967 bermunculan beberapa radio di kota Solo, diantaranya radio Immanuel dan Radio Angkatan Udara. Kondisi ini melahirkan gagasan bagi sekelompok mahasiswa yang dipelopori oleh tiga orang yaitu Supadiyono Hardjosuwito, Otto Lesiputy dan C. Boedhioko untuk mendirikan sebuah pemancar stasiun radio swasta yang bersifat amatir. Sekelompok mahasiswa ini berasal dari Fakultas Kedokteran Perguruan Tinggi Pembangunan Nasional (FK-PTPN) yang memiliki minat pada bidang elektronika. Kemudian ketiga orang tersebut sepakat untuk mengumpulkan dana. Dari pengumpulan dana tersebut berhasil memperoleh uang sebesar Rp. 25.000,- yang selanjutnya dengan uang tersebut digunakan untuk membuat pemancar radio dengan lampu akhir 2x807 oleh bapak Yos Suprpto.

Berawal dari hal-hal tersebut, serta mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak termasuk pengumpulan peralatan yang masih sederhana antara lain seperti :

- a. Peralatan Radio Receiver dari Otto Lesiputy
- b. Amplifier Pick Up dan sedikit Piringan Hitam (PH) dari C.Boedhioko.
- c. Piringan Hitam dari Sudiyono, Bambang Sutejo Maliawan dan Dr. Halim Susanto.

Siaran percobaan pertama ini dilaksanakan pada tanggal 12 Maret 1968 di sebuah rumah di Jl. Kepatihan Wetan.

Satu minggu kemudian dari masa percobaan, radio siaran tersebut diserahkan pengelolaannya oleh Korps Mahasiswa Fakultas Kedokteran Perguruan Tinggi Pembangunan Nasional yang diketuai oleh Bambang Nyoman Sloka Pujawirya dan sekretaris Dr. Bambang Widiro dengan nama Radio Riset FK PTPN FM Veteran Surakarta dengan lokasi siaran di Singosaren Utara, No 69 di sebuah rumah milik Bapak Slamet.

Setahun kemudian, lokasi siaran pindah ke Jl. Notodiningratan tepatnya di depan Tirtomoyo. Akan tetapi di tempat tersebut juga tidak lama. Setelah muncul PP No. 55 Tahun 1970 yang memuat ketentuan bahwa penyelenggaraan radio siaran harus berbentuk badan hukum, maka kemudian radio PTPN FM mengurus surat badan hukum. Sementara itu lokasi siaran pindah ke rumah tetangga sebelah tepatnya di Asrama Tentara Bermoro. Hingga tahun 1975, radio PTPN FM siaran di tempat tersebut dan harus pindah lagi karena tempat tersebut akan diperbaiki. Maka kemudian radio PTPN FM pindah ke Jl. Kebalen No.2 sampai sekarang dengan menggunakan *management business oriented*.

Dengan terbitnya PP No. 55 Tahun 1970, maka otomatis semua radio siaran harus segera menyesuaikan dengan peraturan pemerintah tersebut. Maka, radio PTPN yang semula bernama Radio Riset Fakultas Kedokteran PTPN dan dikelola secara amatiran, mengambil langkah untuk mendirikan Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Radio Pembangunan Nasional (PTPN) dengan ijin *call sign* YAD7-ES. Perusahaan ini berdiri dengan Akte Notaris Maria Theresia Budi Santosa, SH, No.23 tertanggal 14 Agustus 1971.

Untuk nama radio siarannya sendiri ditetapkan memakai nama yang sudah sejak awal di gunakan dan di kenal oleh masyarakat luas yaitu Radio PTPN dengan pimpinan Dr. Djoko Hardiman hingga tahun 90-an. Adapun staff personalia yang duduk dalam PT tersebut sebagaimana terdapat pada akte notarisnya yang pertama adalah :



Direktur : Drs. Saryanto Tirtorejono

Komisaris : Dr. R. Purwadi

Dr. Sutjipto

Dr. Gatot Imam Mahdi.

Keempat orang tersebut juga merupakan pimpinan-pimpinan di Fakultas Kedokteran Perguruan Tinggi Pembangunan Nasional Veteran Surakarta. Selanjutnya untuk kesempurnaan pengesahan PT tersebut, maka dilakukan perubahan anggaran dasar oleh Menteri Kehakiman. Hal ini disebabkan adanya larangan bagi pegawai negeri untuk terlibat dalam sebuah Perseroan Terbatas atau lembaga *profit motif* non-pemerintah pada waktu itu. Maka dari itu, dilakukan pula pelimpahan saham dan kekuasaan kepada :

Sdr. Sarwanto sebagai Direktur

Sdr. C. Boedhioko sebagai Komisaris

Sdr. Ig. Hananta S sebagai Komisaris

Sdr. Didit Haryadi sebagai Komisaris

Perubahan dan pelimpahan ini disahkan pada pergantian akte notaris nomo 112 tertanggal 25 Mei 1978. Nama perusahaan pun mengalami sedikit perubahan dari PT. Radio Pembangunan Nasional menjadi PT. Radio PE-EN Rasitania.

Kemudian diadakan perubahan lagi pada tahun 1986 yang ditetapkan dengan AKTA No. 13/5 Mei 1986 sebagai berikut :

Sdr. C. Boedhioko sebagai Direktur

Sdr. Sarwanto sebagai Komisaris

Sdr. Didit Haryadi sebagai Komisaris

Sdr. Ig. Hananta sebagai Komisaris

Pada tahun 2001 diadakan perubahan lagi yang ditetapkan dengan AKTA No. 12/ 29 Januari 2001, Notaris A. Tri Sunoko, SH dengan nama perusahaan PT. Radio PTPN Rasitania dengan pimpinan-pimpinan sebagai berikut :

Direktur Utama : C. Boedhioko

Wakil Direktur : Ig. Hananta  
 Komisaris : Drs. Joko Hardiman, Sp.PD  
 Didit Haryadi  
 Fajar Edi Wirawan

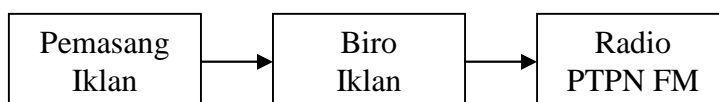
Dengan logo perusahaan :



## B. Prosedur Pembuatan Perjanjian Iklan Niaga di Radio PTPN FM

Radio PTPN FM selalu menggunakan surat perjanjian dalam setiap melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pihak lain. Hal inilah yang membuat radio PTPN FM dipandang sebagai radio yang sangat disiplin di kota Solo. Seperti yang sudah penulis bahas sebelumnya, dalam hal pemasangan iklan, radio PTPN FM selalu memberikan surat perjanjian yang dinamakan Surat Pesanan Iklan.

Sesuai dengan Pasal 1601b KUH Perdata, mengenai pemborongan pekerjaan, perjanjian pemasangan iklan di radio termasuk dalam Pasal tersebut. Hal ini karena dalam perjanjian pemasangan iklan termuat bahwa satu pihak dalam hal ini pemasang iklan, menyerahkan tugasnya kepada biro iklan. Dari biro iklan, akan menyerahkan iklan pesanan tersebut kepada pihak stasiun radio dengan harga yang telah ditetapkan oleh pihak stasiun radio. Adapun proses terjadinya perjanjian pemasangan iklan yang ditempuh oleh radio PTPN FM supaya iklan tersebut dapat disiarkan melalui beberapa tahap. Secara sederhana, prosedur tersebut dapat digambarkan pada bagan sebagai berikut:



- a) Pemasang iklan menunjuk dan memberikan informasi kepada biro iklan.

Pemasang iklan menunjuk biro iklan yang telah dipercaya kemudian memberikan keterangan mengenai barang, jasa atau kegiatan apa yang akan di tawarkan, memberikan gambaran tentang bentuk iklan yang dikehendaki kemudian menentukan jenis iklan apa yang di inginkan oleh pemasang iklan kepada biro iklan.

- b) Biro iklan menentukan radio yang sesuai dengan produk dan iklan yang akan dipasang oleh pemasang iklan.

Di dalam biro iklan terdapat berbagai macam informasi mengenai radio dalam satu kota beserta *company profile* format, tarif iklan, lagu-lagu yang di putar, jumlah pendengar sampai daya tangkap siaran sebuah radio. Biro iklan juga mempunyai orang-orang kreatif yang memahami benar sebuah iklan akan dibawa kemana, karena masing-masing radio mempunyai format yang berbeda. Misalkan radio berformat pop, tidak bersedia memutar iklan yang bermuatan irama dangdut, atau sebaliknya. Di radio PTPN FM berlaku hal-hal seperti itu. Seringkali radio PTPN FM menolak beberapa iklan bukan karena ketidaksesuaian harga namun karena iklan yang di kehendaki oleh pemasang iklan berbeda format dengan radio PTPN FM sendiri. Inilah yang kemudian membuat radio PTPN FM dipandang sebagai radio yang sangat konsisten dengan format yang sudah menjadi identitasnya.

- c) Biro iklan mengadakan kesepakatan dengan pihak radio PTPN FM.

Apabila sudah menemukan radio yang sesuai, kemudian pihak pemasang iklan yang dalam hal ini diwakilkan oleh biro iklan mengadakan kesepakatan mengenai ketentuan - ketentuan dan syarat-syarat agar suatu iklan dapat di siarkan melalui radio siaran. Dalam hal ini, pihak biro iklan berhak juga menawar harga kepada pihak radio siaran atas harga iklan yang nantinya akan dipasang. Nantinya hasil dari pemotongan harga (*discount*) itulah yang menjadi keuntungandari biro iklan. Kesepakatan tersebut juga tertuang dalam Surat Pesanan Iklan. Isi perjanjian yang dituangkan dalam surat pesanan iklan tersebut adalah:

- (1) Identitas pemasang iklan

(a) Nama pemasang iklan

(b) Alamat pemasang iklan

(2) Jenis iklan

(a) Sosial:

Contoh iklan sosial adalah seperti berita keluarga, kematian atau kehilangan barang, tidak dipungut biaya.

(b) Ad Lips :

Yaitu iklan yang berupa catatan yang disiarkan dengan cara dibacakan secara langsung oleh penyiar. Dalam satu kali penyiaran, iklan ini berdurasi 30 detik dan dikenakan tarif Rp. 30.000,00.

(c) Spot:

Yaitu iklan yang berupa rekaman yang disisipkan sesekali pada program siaran.

Tarif spot di radio PTPN adalah :

- 0 sampai 30 detik : Rp. 150.000,-
- 0 sampai 60 detik : Rp. 200.000,-

(d) Sponsor:

Yaitu iklan yang dipasang dalam bentuk sebuah acara yang dalam acara tersebut hanya terdapat iklan tertentu yang harus diputar.

(3) Lama waktu siar

Dalam surat pesanan iklan, lama waktu siaran dalam satu kali siar harus disebutkan secara jelas.

(4) Periode waktu siar

Dalam surat pesanan iklan periode waktu siaran iklan juga harus disebutkan secara jelas, misalnya dalam satu hari frekuensi penyiaran iklan tersebut disiarkan berapa kali.

(5) Jam siar

Surat pesanan iklan juga memuat jam siar yang dikehendaki oleh pemasang iklan secara jelas. Misalnya dalam satu hari, pemasang iklan menghendaki dua kali penayangan, maka bisa ditulis seperti ini:

- Pukul 07.00 – 08.00 WIB : 1x Siar
- Pukul 19.00 – 20.00 WIB : 1x Siar

(6) Biaya atau tarif

Biaya atau tarif penyiaran iklan dapat dihitung dari :

- Jenis iklan
- Lama waktu siar
- Frekuensi penyiaran

- d). Biro iklan langsung membawa materi iklan yang sudah jadi dari pemasang iklan atau menyerahkan pembuatan materi iklan pada radio PTPN FM.

Setelah terjadi kesepakatan antara biro iklan dengan pihak radio PTPN FM, maka pihak radio PTPN FM menawarkan apakah iklan yang hendak disiarkan dibuat sendiri oleh pihak pemasang iklan atau dibuat oleh pihak radio PTPN FM. Pada umumnya, pihak pemasang iklan sudah mempunyai materi yang akan di siarkan. Akan tetapi, apabila pihak pemasang iklan belum mempunyai materi iklan, maka pihak radio PTPN akan menawarkan untuk pembuatan materi iklan, tentunya di tambah dengan biaya pembuatan.

- e) Iklan siap untuk disiarkan.

Apabila bentuk iklan sudah didapatkan, maka radio PTPN FM mulai membuat dan merekamnya dalam cd maupun langsung dalam komputer dan siap untuk disiarkan, tentunya setelah pihak radio PTPN FM mengkonsultasikan kepada pemasang iklan apakah bentuk iklan sudah sesuai dengan yang dikehendaki atau belum. Apabila sudah sesuai, maka iklan siap disiarkan. Tetapi apabila belum sesuai, akan direvisi atau diubah sesuai dengan yang dikehendaki pemasang iklan. Setelah semua prosedur tersebut dijalankan, maka iklan akan di siarkan oleh penyiar sesuai dengan jam yang telah di sepakati.

Berdasarkan paparan tersebut diatas, terlihat bahwa pihak radio PTPN FM telah menjalankan prosedur perjanjian iklan sesuai dengan apa yang telah di sepakati bersama. Hal ini sesuai dengan Pasal 1315 KUH Perdata tentang asas personalia dan Pasal 1320 KUH Perdata tentang asas konsensualisme.

### **C. Hak dan Kewajiban yang Timbul dari Para Pihak dalam Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Iklan di Radio PTPN FM**

Salah satu sifat dalam perjanjian adalah adanya asas mengikat. Maksudnya adalah dengan adanya isi perjanjian yang telah disepakati bersama akan mengikat kedua belah pihak sehingga melahirkan suatu hak dan kewajiban dari masing-masing pihak. Hak yang diterima satu pihak merupakan suatu kewajiban bagi pihak lain. Maka isi perjanjian yang mengikat hak dan kewajiban harus dilaksanakan sebagaimana ketentuan dalam isi perjanjian. Apabila salah satu pihak tidak menerima haknya maka berarti pihak yang satu telah melalaikan kewajibannya. Tuntutan atau meminta ganti rugi dalam pemasangan iklan yang ditujukan oleh pihak yang lalai dengan kewajibannya tertuang dalam Pasal 1243 KUH Perdata tentang penggantian biaya yang lalai pada kewajibannya. Berikut adalah hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam perjanjian pemasangan iklan di radio PTPN FM.

#### **a) Hak dan kewajiban radio PTPN FM**

(1) Hak radio PTPN FM adalah :

- (a) Menerima materi atau salinan iklan yang akan disiarkan.
- (b) Menerima pembayaran pemesanan iklan.
- (c) Menolak pemesanan iklan yang tidak sesuai dengan ketentuan periklanan atau tidak sesuai dengan format radio PTPN FM.

(2) Kewajiban radio PTPN FM

- (a) Menyiarkan iklan sesuai dengan Surat Pesanan Iklan.
- (b) Memberikan bukti pesanan iklan.
- (c) Memelihara materi iklan dalam keadaan baik.

### **b) Hak dan kewajiban Pemasang Iklan**

#### **(1) Hak pemasang iklan**

- (a) Meminta iklan disiarkan sesuai dengan perjanjian iklan yang sudah disepakati.
- (b) Memperoleh bukti penyiaran iklan berupa rekaman maupun catatan.
- (c) Membatalkan surat pesanan iklan sebelum iklan disiarkan.

#### **(2) Kewajiban pemasang iklan**

- (a) Menyerahkan materi iklan dengan jelas dan terperinci pada waktu yang telah ditentukan.
- (b) Mematuhi ketentuan-ketentuan periklanan.
- (c) Membayar semua biaya atau tarif iklan yang telah disepakati dalam perjanjian kepada pihak radio siaran melalui biro iklan.

### **c) Hak dan Kewajiban Biro Iklan**

#### **(1) Hak biro iklan**

- (a) Menerima materi iklan dari pemasang iklan
- (b) Menawar harga yang akan diberikan kepada radio siaran.
- (c) Memilih radio yang sesuai dengan format yang dikehendaki oleh pemasang iklan.

#### **(2) Kewajiban Biro Iklan**

- (a) Membayar iklan sesuai dengan perjanjian dengan radio siaran.
- (b) Mengawasi pemutaran iklan pada tiap-tiap radio yang sudah ditunjuk.
- (c) Memberikan laporan kepada pemasang iklan secara terperinci mengenai iklan yang sudah diputar dari radio siaran.
- (d) Menyerahkan pembayaran kepada radio siaran.

Berdasarkan paparan mengenai hak dan kewajiban di atas, diketahui bahwa dalam perjanjian ini telah menerapkan asas hak dan kewajiban antara para pihak dalam perjanjian pemasangan iklan di radio PTPN FM.

#### **D. Pelaksanaan Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga Di Radio PTPN FM**

Mengenai pelaksanaan hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam perjanjian pemasangan iklan di radio PTPN FM, sebenarnya sudah cukup jelas. Pihak radio PTPN FM menerima order dari biro iklan. Setelah itu pihak radio PTPN FM berhak memeriksa kembali apakah iklan yang dibawa oleh biro iklan sesuai dengan format radio PTPN FM. Namun seperti yang sudah di jelaskan di awal, umumnya biro iklan sudah mengetahui radio mana yang akan di pilih untuk mengiklankan produk dari produsen.

Apabila sudah terjadi kesepakatan, maka pihak PTPN FM berhak memeriksa kembali apakah durasi iklan yang dibuat oleh biro iklan atau dari pemasang iklan sudah sesuai dengan format radio PTPN FM. Radio PTPN FM memasang waktu antara 30 detik sampai 60 detik untuk sekali iklan. Apabila lebih dari waktu tersebut, maka pihak PTPN FM berhak untuk memotong iklan sesuai dengan ketentuan perusahaan radio PTPN FM dan tentunya tidak merubah pesan yang disampaikan iklan tersebut.

Pihak radio PTPN FM dalam hal ini *marketing*, kemudian memberikan iklan yang sudah jadi kepada *programmer* siaran iklan, agar menyusun iklan tersebut sesuai dengan waktu yang disepakati. Sebagai catatan, *programmer* siaran iklan berhak meletakkan iklan dari produk sejenis walaupun berbeda perusahaan dan merek dalam satu waktu sesuai dengan pesanan dari masing-masing biro iklan.

Iklan yang sudah jadi akan diberikan programmer siaran iklan dan siap untuk diputar oleh penyiar yang bertugas. Penyiar berkewajiban memutar iklan sesuai dengan order dan *traffic* iklan yang sudah dibuat oleh programmer iklan. Apabila dalam satu waktu, ternyata ada dua iklan dengan produk sejenis dengan perusahaan yang berbeda, maka penyiar berkewajiban memutar iklan tersebut tidak berurutan, karena hal ini akan merugikan produsen barang atau jasa tersebut.



Penyiar yang bertugas berkewajiban memberikan laporan berupa catatan di komputer iklan yang sudah disediakan perusahaan PTPN FM di dalam ruang siar. Laporan iklan itu nantinya sebagai bukti siar yang akan di kirimkan kepada biro iklan.

Setelah iklan diputar, maka hari berikutnya *programmer* siaran iklan akan mencatat kembali iklan yang sudah di putar di hari kemarin. Setelah itu, *programmer* siaran iklan akan memberikan laporan kepada manajer sekretariat untuk selanjutnya memberikan laporan kepada biro iklan.

Pihak radio PTPN FM berkewajiban memberikan laporan iklan kepada biro iklan untuk nantinya diberikan kepada produsen. Laporan tersebut selanjutnya akan dikirimkan oleh pihak radio PTPN FM berupa catatan komputer dan rekaman berbentuk *compact disc* (CD). Laporan iklan tersebut bernama bukti siar sebagai bukti bahwa pihak PTPN FM telah melaksanakan perjanjian sesuai dengan kesepakatan. Dalam hal ini berarti pihak PTPN FM sudah melaksanakan kewajibannya dan pihak biro iklan dan pemasang iklan sudah menerima haknya.

Setelah biro iklan menerima bukti siar yang juga disertai dengan kuitansi dan faktur pajak, maka biro iklan berkewajiban memberikan ongkos pembayaran sesuai dengan perjanjian dan laporan bukti siar sebagai bukti bahwa pihak PTPN FM telah melaksanakan kewajiban. Pada perjanjian pemasangan iklan niaga di radio PTPN FM, pihak biro iklan tidak pernah membayar iklan dimuka atau menggunakan uang muka. Pembayaran hanya dilakukan dibelakang saja. Apabila pihak biro iklan kemudian segera membayar ongkos penyiaran iklan, maka berarti pihak biro iklan juga sudah menjalankan kewajibannya dan pihak PTPN FM sudah menerima haknya. Maka secara otomatis, seperti perjanjian pada umumnya, perjanjian pemasangan iklan niaga tersebut berakhir karena masing-masing pihak sudah menjalankan kewajibannya dan menerima haknya.

Kemungkinan lain berakhirnya perjanjian pemasangan iklan di radio PTPN FM adalah karena adanya pembatalan perjanjian pemasangan iklan oleh pihak pemasang iklan. Pembatalan pemasangan iklan ini bisa untuk sebagian

atau untuk seluruhnya dari Surat Pesanan Iklan. Pembatalan penyiaran iklan dilakukan dengan mengirimkan Surat Pembatalan Penyiaran Iklan kepada pihak radio PTPN FM. Setelah surat pembatalan penyiaran iklan diterima oleh pihak radio PTPN FM, maka perjanjian pemasangan iklan tersebut berakhir.

Pembatalan penyiaran iklan dapat dilakukan terhadap iklan yang belum disiarkan. Sedangkan untuk iklan yang sudah sebagian disiarkan, pihak pemasang iklan hanya akan membayar iklan yang sudah disiarkan saja. Inilah kelemahan dari pihak media dalam hal ini radio siaran dalam perjanjian pemasangan iklan. Hal ini disebabkan pembayaran pemasangan iklan dilakukan di belakang. Artinya pembayaran dilakukan setelah iklan tersebut diputar. Sehingga dalam hal ini pihak radio adalah sebagai pihak yang lemah.

Dalam perjanjian pemasangan iklan niaga di radio, pada umumnya para pihak sudah mengetahui hak dan kewajibannya dan bagaimana melaksanakan hak dan kewajiban tersebut. Namun terkadang terjadi wanprestasi.

Mengenai masalah wanprestasi, dalam perjanjian iklan di radio PTPN FM sudah termuat dalam surat perjanjian. Wanprestasi terjadi ketika iklan yang sudah di pesan ternyata tidak diputar oleh pihak radio PTPN FM. Apabila hal tersebut terjadi maka sesuai dengan Hukum Perjanjian konsekuensi yang diterima oleh pihak radio PTPN FM menurut pasal 1243 dan 1244 KUH Perdata adalah :

1. Memutarkan iklan tersebut di waktu yang lain

Dalam pelaksanaan pemutaran iklan harus terjadi sinkronisasi antara program iklan dengan penyiar, karena dalam pelaksanaan pemutaran iklan, penyiar sebagai *eksekutor* terakhir. Iklan akan diputar atau tidak, tergantung penyiar yang bertugas ketika itu. Apabila dari program iklan sudah memberikan daftar iklan yang akan diputar dan penyiar tidak memutar iklan tersebut entah karena lupa atau disengaja maka pihak radio dianggap melakukan wanprestasi. Apabila hal tersebut terjadi maka pihak radio akan mengganti pemutaran iklan tersebut di waktu lain.

2. Tidak menerima pembayaran sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Tidak diputarnya iklan oleh pihak radio PTPN FM menjadi bahan pertimbangan dari biro iklan dalam melakukan pembayaran. Biro iklan mempunyai dua cara untuk memeriksa kembali radio mana saja yang akan memutar iklannya dan pada jam berapa saja.

Yang pertama, pihak biro iklan akan langsung memonitor radio yang sudah ditunjuk untuk memutar iklannya pada jam-jam yang sudah disepakati termasuk PTPN FM.

Yang kedua, pihak biro iklan akan memeriksa kembali bukti siar yang dikirimkan oleh pihak radio PTPN FM. Bukti siar yang berupa rekaman atau catatan tersebut akan diperiksa kembali oleh biro iklan. Apabila ternyata didapati iklan tidak diputar pada waktu yang telah ditentukan maka pihak biro iklan berhak untuk langsung memotong pembayaran yang akan diterima oleh pihak radio PTPN FM.

Pihak radio umumnya tidak akan mempersulit terjadinya pelaksanaan hak dan kewajiban apabila terjadi wanprestasi. Dalam hal pembayaran pihak radio dalam hal ini PTPN FM hanya menginginkan pembayaran iklan dilaksanakan tepat waktu, karena hal itu berkaitan dengan kelangsungan operasional radio PTPN FM.

Wanprestasi juga terjadi ketika biro iklan tidak bertanggung jawab terhadap iklan yang sudah dipasang. Terkadang dalam praktek ditemukan biro iklan-biro iklan yang tidak membayarkan ongkos pemasangan iklan dari produsen. Dalam hal ini pihak PTPN FM tidak dapat menuntut perusahaan produsen barang atau jasa tersebut. Karena memang dalam perjanjian pemasangan iklan di radio, pihak radio berhubungan langsung dengan biro iklan, bukan kepada produsen. Sekali lagi, dalam hal ini pihak radio yang sering mendapatkan kerugian.

### **E. Permasalahan yang Timbul dalam Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di radio PTPN FM Dan Penyelesaiannya**

Permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di radio PTPN FM biasanya dapat disebabkan karena beberapa hal, yaitu:

#### **a. Gangguan Aliran Listrik dan Adanya Kerusakan Alat Pemancar**

Dalam penyelenggaraan acara siaran, radio siaran kebanyakan menggunakan aliran listrik dari Perusahaan Listrik Negara (PLN), jadi apabila ada gangguan listrik dari PLN maka siaran radio akan terhenti dan konsekuensi penyiaran iklan juga terhambat.

Untuk mengantisipasi hal tersebut, radio PTPN FM mempunyai sumber listrik cadangan berupa mesin diesel, yang dapat dinyalakan sewaktu-waktu apabila listrik tiba-tiba padam. Hal ini untuk mengantisipasi iklan yang tidak diputar.

Apabila pemancar rusak atau mati, maka segala produksi dan aktifitas siaran tidak dapat mengudara dan tidak dapat didengarkan oleh pendengar, termasuk juga dalam pelaksanaan penyiaran iklan.

Untuk kendala ini, radio PTPN FM sudah melakukan antisipasi dengan melakukan perawatan peralatan. Namun apabila masih terjadi kerusakan, maka radio PTPN FM selalu mengadakan musyawarah dengan memberitahukan kepada pihak biro iklan baik melalui telepon atau surat, mengenai permasalahan yang sedang dihadapi. Hal ini untuk menjaga hubungan yang tetap dinamis dengan pihak biro iklan dan pemasang iklan.

#### **b. Tidak adanya peraturan tertulis yang rinci mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak.**

Tidak adanya peraturan yang rinci inilah yang menyebabkan pelaksanaan hak dan kewajiban hanya berdasarkan kebiasaan dan asas saling percaya saja. Memang dalam perjanjian pemasangan iklan di radio, masing-masing pihak sudah mengerti akan hak dan kewajibannya. Namun terkadang terjadi pihak radio PTPN FM bertemu dengan biro iklan yang tidak bertanggung jawab atau pernah terjadi perusahaan pemasang iklan

tersebut bangkrut dan pihak PTPN FM tidak bisa berbuat banyak kecuali hanya menunggu itikad baik dari yang bersangkutan.

c. Pembatalan penyiaran iklan oleh Pemasang Iklan.

Kemungkinan lain berakhirnya perjanjian penyiaran iklan di radio siaran adalah dengan adanya pembatalan perjanjian penyiaran iklan oleh pemasang iklan. Pembatalan penyiaran iklan ini bisa untuk sebagian atau untuk seluruhnya dari Surat Pesanan Iklan. Pembatalan penyiaran iklan dilakukan dengan mengirimkan Surat Pembatalan Iklan kepada pihak radio siaran dalam hal ini radio PTPN FM. Setelah Surat Pembatalan Penyiaran iklan diterima oleh pihak radio siaran maka perjanjian penyiaran iklan tersebut berakhir.

Pembatalan penyiaran iklan dapat dilakukan terhadap iklan yang belum disiarkan. Namun apabila iklan sudah disiarkan, umumnya pemasang iklan hanya membayar untuk iklan yang sudah disiarkan oleh pihak PTPN FM saja. Inilah kelemahan dari media radio dalam pemasangan iklan. Kebanyakan radio juga terjadi hal-hal seperti ini. Karena pembayaran iklan umumnya dilakukan di belakang, maka apabila terjadi pembatalan dari pihak pemasang iklan, maka pihak radio tidak bisa berbuat banyak.

d. Hambatan Dalam Pembayaran

Hambatan pembayaran iklan ini sering terjadi apabila pembayaran iklan dilakukan di belakang. Maksudnya adalah, pembayaran dilakukan apabila iklan sudah diputar sesuai dengan perjanjian. Hambatan ini terjadi karena beberapa hal seperti terjadinya keterlambatan pembayaran dari pihak pemasang iklan atau produsen kepada biro iklan, sehingga biro iklan juga tidak dapat melakukan pembayaran kepada pihak radio PTPN FM, atau keterlambatan justru datang dari pihak biro iklan sendiri.

Apabila keterlambatan ini terjadi, maka pihak radio PTPN FM akan melakukan penagihan kepada pihak biro iklan melalui surat penagihan dan telepon. Dalam perjanjian pemasangan iklan niaga, pihak radio PTPN FM selalu berhubungan dengan biro iklan. Untuk iklan niaga, pihak radio PTPN FM tidak pernah mengadakan hubungan langsung dengan pemasang iklan

atau produsen. Karena memang secara etika periklanan radio, sebuah radio hanya akan berhubungan dengan biro iklan untuk pemasangan iklan niaga (Masduki, 2004 : 74).

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dipaparkan disertai dengan data-data yang telah di kumpulkan oleh penulis mengenai Tinjauan Yuridis Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di Radio PTPN FM Solo, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Prosedur pembuatan perjanjian iklan di radio PTPN FM Solo di tuangkan dalam Surat Pesanan Iklan. Terdapat tiga komponen yang berperan dalam pemasangan iklan di radio PTPN FM yaitu Pemasang iklan, Biro Iklan dan pihak Radio PTPN FM sendiri. Adapun proses pemasangan iklan hingga penyiarannya adalah diawali pemasang iklan menunjuk dan memberikan informasi kepada biro iklan, kemudian biro iklan menentukan radio yang sesuai dengan produk dan iklan yang akan di pasang oleh pemasang iklan. Selanjutnya biro iklan mengadakan kesepakatan dengan pihak radio PTPN FM dan membawa materi iklan yang sudah jadi dari pemasang iklan atau menyerahkan pembuatan materi iklan kepada radio PTPN FM dan iklan siap untuk di siarkan.
2. Hak dan kewajiban timbul dari para pihak dalam perjanjian pemasangan iklan di radio PTPN FM terjadi atas asas kesetaraan antara pihak radio PTPN FM dengan pihak pemasang iklan yang diwakilkan oleh biro iklan dalam hal pelaksanaan hak dan kewajiban. Hak yang diterima dari salah satu pihak merupakan kewajiban dari pihak lain.
3. Pelaksanaan hak dan kewajiban oleh para pihak telah dilaksanakan berdasarkan ketentuan dalam perjanjian. Namun demikian, terkadang terjadi wanprestasi. Wanprestasi terjadi ketika iklan yang sudah dipesan ternyata tidak di putar oleh radio PTPN FM. Apabila hal tersebut terjadi maka konsekuensi yang harus diterima oleh pihak radio PTPN FM

adalah memutarakan iklan tersebut di waktu yang lain dan tidak menerima pembayaran sesuai dengan perjanjian yang telah di sepakati.

Kemudian, mengenai berakhirnya perjanjian, dalam perjanjian pemasangan iklan di radio, perjanjian akan berakhir ketika masing-masing pihak telah menjalankan kewajibannya dengan sempurna yaitu pihak radio dalam hal ini radio PTPN FM telah memutarakan iklan sesuai dengan pesanan dan mengirimkan rekaman hasil pemutaran iklan dan pihak pemasang iklan melalui biro iklan telah melakukan pembayaran sesuai dengan tarif yang telah di setujui. Namun ada kalanya perjanjian pemasangan iklan di PTPN FM berkahir karena pembatalan dari pihak pemasang iklan. Hal ini umum terjadi karena berbagai alasan. Pembatalan iklan dilakukan dengan mengirimkan surat pembatalan penyiaran iklan kepada pihak radio PTPN FM. Dan pihak pemasang iklan hanya akan membayar iklan sesuai dengan yang sudah di siarkan oleh radio PTPN FM.

4. Permasalahan yang menjadi kendala dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan di radio PTPN FM berupa gangguan aliran listrik, adanya kerusakan alat pemancar, pembatalan penyiaran iklan oleh pemasang iklan dan hambatan dalam pembayaran. Solusi dari keempat permasalahan tersebut adalah :

PTPN FM mempunyai sumber listrik cadangan, sehingga apabila sewaktu-waktu ada gangguan aliran listrik dari PLN, maka bisa segera diatasi. Untuk mencegah adanya kerusakan alat pemancar, maka pihak PTPN FM selalu mengadakan perawatan beberapa periode sekali. Namun apabila ternyata dalam kenyataannya masih terdapat kerusakan, maka pihak PTPN FM akan mengadakan musyawarah dengan pihak biro iklan dan pemasang iklan serta mengirimkan surat pemberitahuan akan kerusakan yang terjadi. Dalam hal pembatalan penyiaran iklan oleh pihak pemasang iklan, pihak radio PTPN FM akan menerima surat Pembatalan Penyiaran Iklan. Karena pembayaran penyiaran iklan di lakukan di belakang, maka otomatis pihak pemasang iklan hanya akan



membayar iklan yang telah diputar saja. Inilah yang menjadi kelemahan dalam perjanjian pemasangan iklan di radio. Hambatan pembayaran ini sering terjadi karena pembayaran pemutaran iklan dilakukan dibelakang. Pihak pemasang iklan akan membayar iklan yang sudah di putar oleh radio PTPN FM. Sering terjadi, iklan yang sudah di putar ternyata tidak segera dibayar oleh pihak pemasang iklan. Dalam menyelesaikan masalah ini, pihak PTPN FM selalu menyelesaikannya dengan menghubungi pihak-pihak yang terlibat seperti biro iklan dan pemasang iklan (produsen).

## **B. Saran- saran**

Dari permasalahan yang muncul dalam perjanjian pemasangan iklan niaga di radio PTPN FM diatas, maka penulis memberikan saran-saran yang sekiranya bermanfaat yaitu sebagai berikut :

1. Radio PTPN FM mengantisipasi kendala yang berkaitan dengan teknis, terutama peralatan-peralatan yang sudah tergolong tua.
2. Radio PTPN FM untuk membuat sebuah ketetapan khusus mengenai pelaksanaan hak dan kewajiban ditujukan kepada pihak radio PTPN FM sendiri maupun biro iklan dan produsen atau pemasang iklan.
3. Pembayaran iklan niaga dilakukan di muka untuk menghindari kerugian yang besar apabila tiba-tiba pihak produsen membatalkan iklan yang sudah di pesan.
4. Keterlambatan pembayaran dari biro iklan dapat diantisipasi juga dengan melakukan pembayaran di muka dan melakukan penagihan secara langsung dengan mendatangi biro iklan yang bersangkutan. Tentunya setelah pihak PTPN FM memberikan surat penagihan kepada biro iklan tersebut. Apabila pihak biro iklan tetap tidak dapat memenuhi pembayarannya, maka pihak PTPN FM berhak untuk menolak pemasangan iklan kembali oleh biro iklan yang bersangkutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, *Undang-undang RI No 32 Tahun 2003 Tentang Penyiaran*.
- Abdulkadir Muhammad. 1986. *Hukum Perjanjian*. Bandung : PT. Alumni
- Dyah Hasto Palupi & Teguh Sri Pambudi. 2006. *Advertising That Sells*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Frank Jefkins. 1997. *Periklanan*. Bandung. Erlangga
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta : Pustaka Populer LKiS
- Munir Fuady. 2001. *Hukum Kontrak dari Sudut Pandang Bisnis*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Onong.U.Effendy. 1988. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Karya
- R. Setiawan. 1999. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*. Bandung : Putra A Bardin
- R. Subekti dan R. Tjitrosudibio. 1996. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita
- R. Subekti. 1995. *Aneka Perjanjian*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Soerjono Soekanto. 2006. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press
- Sunyoto Handoyo. 1977. *Seluk Beluk Program Radio*. Yogyakarta : Kanisius
- Sutrisno Hadi. 1989. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset
- Winarno Surachman. 1990. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito
- [www.ppi.co.id](http://www.ppi.co.id) (diakses tanggal 2 April 2007).
- [www.lexrag.com](http://www.lexrag.com) (diakses tanggal 19 Agustus 2007)
- [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) (diakses tanggal 15 September 2007)
- [www.ikht.net/artikel\\_lengkap.php?.id=24](http://www.ikht.net/artikel_lengkap.php?.id=24) (diakses tanggal 20 November 2007)

